

ROGER FRANCISCO STOCCO

**AS POSSÍVEIS RELAÇÕES DA MÍDIA
NO DESEMPENHO DO ATLETA**

Monografia apresentada como requisito parcial
para conclusão do Curso de Bacharel em
Educação Física, do Departamento de
Educação Física, Setor de Ciências Biológicas,
da Universidade Federal do Paraná.

FERNANDO CAVICHIOLLI

Gostaria de agradecer a todos aqueles que contribuíram de alguma forma para que todo o processo de confecção do trabalho saísse conforme o esperado. Peço desculpas caso esteja esquecendo alguém, mas gostaria de estar agradecendo especialmente: meu orientador (pela paciência e sabedoria de seus conselhos), meus pais (sem o apoio e incentivo dos dois não poderia estar concluindo a graduação), minha tia Fátima (pelos sábios conselhos), meus colegas (Mauricio, Rodrigo Paranhos e Fernando), por sempre opinarem de forma a ajudar na escolha de meu tema, minha irmã Giovana (por se colocar a disposição para ajudar de todas as formas e especialmente à minha eterna amada Edicleia, por me dar forças, incentivo, por me cobrar e também, por ajudar na tradução do resumo.

SUMÁRIO

RESUMO..... 2

ABSTRACT..... 3

1 INTRODUÇÃO 4

1.2 Delimitações..... 5

1.3. Justificativa 6

1.4. Objetivos 7

1.5. Metodologia..... 7

2 REVISÃO DE LITERATURA 8

2.1. Mídia Esportiva..... 9

2.2. Fatores endógenos que podem alterar um desempenho 14

2.3. As possíveis relações da mídia no desempenho do atleta..... 16

3 BIOGRAFIAS DOS ATLETAS ANALISADOS 21

3.1. Ronaldo Luiz Nazário de Lima 21

3.2. Romário Faria de Souza..... 22

3.3. Édson Arantes do Nascimento 23

3.4. Diego Armando Maradona 24

3.5. Maria Paula Gonçalves da Silva..... 25

4 ALGUNS CASOS LEVANTADOS 27

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS 44

REFERÊNCIAS..... 46

RESUMO

Desde seu surgimento até os dias atuais, o esporte passou e vem passando por diversas transformações. Muito disso, deve-se ao sistema em que a nossa sociedade está inserida, o sistema capitalista. Devido à influência desse sistema, o esporte se tornou uma atividade voltada ao lucro, com alto capital monetário investido, seguindo as tendências do capitalismo. Com as transformações do esporte, ele se tornou uma prática muito comum no dia-a-dia do povo. Com isso, a mídia se aproximou de maneira peculiar, criando uma relação de dependência entre os dois. Com essa aproximação do esporte, a mídia aproximou também do atleta, principalmente o de altíssimo rendimento, gerando reportagens diárias sobre os principais ícones e atletas do mundo esportivo. Essas publicações diárias, gerando expectativas, expondo fatos, acabaram por expor também o atleta, acarretando no atleta uma pressão que altera seu estado psicológico durante as competições. Essas alterações no estado psicológico do atleta são decorrente de mudanças nos níveis de ansiedade e stress. Alguns atletas melhoram sua performance com tais mudanças e outros atletas têm uma queda no rendimento com a mesma. O ponto de concordância é que a mídia, através de seus canais de informação consegue influenciar o rendimento do atleta esportivo.

Palavras-chave: esporte, mídia, atleta, performance

ABSTRACT

Since its beginning until nowadays, the sport went through and has been going through many transformations. The most important reason for that is the system which our society is inserted, the capitalist system. Due to the influence of this system, the sport became a lucrative activity, with an investment of much money, according to the tendencies of the capitalism. With the changes of the sport, it became a very common practice in the day-to-day of the people. For this reason, the media approached in a peculiar way, creating a dependence relation between the both. With this proximity of the sport, the media approached of the athlete too, especially that one with the best results, creating daily reports about the main icons and athletes of the world of the sport. These daily publications, generating expectation, exhibiting facts, left the athlete under pressure, which modify their psychological conditions during the competitions. These alterations in the athlete's state of mind are because of the increase in their levels of anxiety and stress. Some athletes improve their performance with that increase and other athletes have a fall in their results with the same thing. The point of agreement is that the media, through the means of information, gets to have influence on the revenue of the sporting athlete.

Key words: sport, media, athlete, performance

1 INTRODUÇÃO

O esporte, nas últimas décadas, vem se transformando cada vez mais, seguindo as tendências de nossa sociedade baseada no sistema capitalista. Tal sistema mudou radicalmente o objetivo do esporte, passando de uma prática baseada no jogo, com caráter lúdico, alegrando as camadas sociais, para um negócio de alto capital monetário investido, deixando sua essência totalmente fora da realidade atual. Esse novo conceito de esporte pode ser chamado de esporte espetáculo. Um dos principais responsáveis por esse novo conceito de esporte é o espectador. Os espectadores são indivíduos que pagam para assistir um evento de cunho esportivo e assim, financiar o sistema de comércio esportivo.

Na década de 60, com o início de transmissões ao vivo pela televisão, o espectador passou também a ser visto como telespectador. Betti (1997) afirma que o esporte transformou-se num espetáculo modelado de forma a ser consumido por telespectadores que procuram um entretenimento excitante, e é parte cada vez maior da indústria de lazer, sendo fator decisivo para isto o papel desempenhado pela mídia, especialmente a televisão. O esporte espetáculo refere-se a competições de caráter esportivo promovida por federações e ligas, reunindo atletas que são expostos a sistemas de treinamento intensivo. Esse novo conceito de esporte vem fazendo do esporte um segmento profissional multifuncional, tendo profissionais de diversas áreas em prol de objetivos diferentes.

Profissionais como nutricionistas, fisioterapeutas, médicos, psicólogos, publicitários e educadores físicos são de fundamental importância quando tratamos de um planejamento de uma equipe de alto rendimento. Do outro lado da moeda, sem vínculo empregatício nenhum com equipes, amadoras ou profissionais, existe a indústria da mídia (tema alvo desse trabalho). Tal indústria também veio nas últimas décadas se aproximando de maneira peculiar do esporte, devido ao apelo popular e ao crescimento do esporte como um todo. Brunoro (1995, p. 81), ex-técnico profissional de voleibol, trabalhando hoje com empresas de marketing esportivo, relata que alguns países, como os Estados

Unidos, mostram claramente o interesse do público em relação à programação televisiva destacando que cerca de 60% das pessoas que assistem à televisão querem ver esportes. Com essa aproximação a mídia se tornou o principal canal de comunicação entre a massa popular e o atleta, passando a ter então grande importância e influência no segmento esportivo. Nuzman (1995b, p. 9), presidente do COB (Comitê Olímpico Brasileiro), relata a relação entre o esporte e a televisão:

A união esporte-televisão não poderia ter sido mais feliz. Dessa união, resultaram a popularização do esporte, a difusão de seu caráter educativo e social, a inserção do esporte na vida cotidiana das pessoas através da ampla cobertura deste meio e maior promoção dos eventos a partir da garantia de retorno ao patrocinador. Contudo, também, a televisão é forçada a adaptar-se às exigentes demandas por parte do público. Bom para todos.

Todavia, com tamanha importância, a indústria midiática passou a exercer uma espécie de pressão psicológica nos atletas, devido à exposição popular que os atletas passaram a ter.

Essa pressão exercida será o principal tema abordado nesse trabalho. Dessa maneira tentaremos entender quais fatores fazem um atleta aumentar sua produtividade perante tal pressão, ou diminuir seu desempenho com ela. Para isso será feito um trabalho de revisão bibliográfica que objetivará entender por diversos meios o que realmente afeta o desempenho esportivo de atleta de alto rendimento que possui uma exposição na mídia e, por consequência, uma pressão advinda desse canal de comunicação.

1.1 Delimitações

A presente pesquisa, de caráter bibliográfico, visa entender como a pressão extrínseca, mais especificamente a exercida pelos meios de comunicação em massa, consegue influenciar fatores endógenos como a ansiedade, e o stress fisiológico, e assim, alterar de forma considerável o desempenho esportivo. Uma maneira de mensurarmos essa influência é encontrarmos relatos de atletas, que

em suas entrevistas mostrem que de alguma forma a mídia pode influenciar o seu desempenho.

1.2 Justificativa

O desporto e a atividade física representam, nas últimas décadas, um sinônimo de vida saudável, sendo assim, alvo de estudos para diversas academias científicas, um fenômeno educativo, e ainda, um vasto campo para experimentação, aplicação e desenvolvimento de novas tecnologias (VIANA, 1989, p. 27).

Os Jogos Olímpicos de Verão têm atualmente ocupado o terceiro posto em audiência de eventos esportivos, perdendo apenas para a Fórmula 1 e a Copa do Mundo de Futebol. As Olimpíadas realizadas em 2008, na cidade de Pequim, foi o evento que me despertou o interesse em realizar uma revisão bibliográfica sobre o tema por mim escolhido. Durante a transmissão dos Jogos Olímpicos de Pequim me chamou a atenção à influência exercida pela mídia sobre os atletas e a população, gerando assim um tipo de pressão que acaba afetando os desempenhos dos atletas. Mas até que ponto esse tipo de pressão é benéfica? Existem atletas que reagem de diferentes maneiras perante a pressão da mídia? A justificativa desse trabalho é a tentativa de constatar a influência da mídia no esporte e nos atletas e verificar se tal influência vem como um fator positivo para os atletas ou negativo.

Em busca realizada em diversos sítios da internet, encontrei poucos documentos, teses e artigos que debatem ou englobem o tema chave desse trabalho de revisão. Uma busca em bibliotecas, pesquisando materiais científicos sobre esse tema pode corroborar com a pesquisa realizada na internet. Apesar disso, num âmbito geral, as pesquisas científicas vem crescendo gradativamente. Com a vinda e a evolução da internet, vários livros, artigos, teses têm sido disponibilizadas para os usuários da internet. Com isso, acredito que realmente esse tema não esteja saturado no campo científico, podendo estar repleto de incertezas. Dessa forma, penso que possamos construir conhecimentos novos e

abrir horizontes para uma área que faz parte do cotidiano da vida do atleta de alto rendimento.

1.3 Objetivos

Procurar entender através de estudos de revisão de que forma a indústria midiática influencia a performance de um atleta esportivo. Verificar se a influência exercida pela mídia interfere positiva ou negativamente no desempenho do atleta. Verificar que fatores endógenos são alterados através da pressão psicológica e entender essa relação de pressão extrínseca e alteração nos sistemas endógenos.

Verificar, através de uma pesquisa de revisão bibliográfica, se os atletas de alto rendimento têm em seu plano de treinamento, seja ele de macro, meso ou micro ciclo, um período em que se dedique a aprimorar o seu lado psicológico, aprendendo a lidar com situações de pressão imposta diretamente pela imprensa. Encontrar arquivos de reportagens (via internet) que relatem acontecimentos que corroborem com a idéia de que a mídia pode ter um papel importante no estado psicológico de atletas de alto rendimento, independente de esse estado psicológico modificar para uma forma negativa ou positiva, ou seja, indiferente de o atleta aumentar ou diminuir sua performance.

1.4 Metodologia

Utilização de pesquisas realizadas exclusivamente na internet para levantar casos que constatem a influência da pressão exercida pelos canais midiáticos (podendo ser notícias resgatadas em sites de jornais ou matérias publicadas pela internet) no desempenho de desportistas de altíssimo rendimento. Desta forma, reportarei matérias que mostrem a existência de tal pressão no atleta esportivo.

2 REVISÃO DE LITERATURA

Antes de nos aprofundarmos nas questões principais desse trabalho, vamos entender o que são esporte e jogo, pois assim saberemos qual foi a intencionalidade do criador do jogo e como, com o avanço da organização, ela passou a ser tratada como Esporte. Desse modo poderemos fazer uma correlação mais ampla e clara da relação do esporte de alto rendimento e da indústria midiática.

Huizinga escreveu em seu livro "Homo Ludens" a idéia de que o jogo é uma categoria absolutamente primária da vida, tão essencial quanto o raciocínio (HOMO SAPIENS) e a fabricação de objetos (HOMO FABER). Segundo Huizinga (1971), o jogo é "atividade livre, conscientemente tomada como não-séria e exterior à vida habitual, mas ao mesmo tempo capaz de absorver o jogador de maneira imensa e total. É uma atividade desligada de todo e qualquer interesse material, com a qual não se pode obter qualquer lucro, praticada dentro de limites especiais e temporais próprios, segundo uma certa ordem e certas regras". Ainda segundo Huizinga (1971), o jogo é livre, ele próprio é liberdade; ou seja, é uma atividade voluntária, porque se sujeito a ordens, não é mais jogo. É livre ainda porque não é imposto por necessidade física ou dever moral e nunca constituiu uma tarefa, sendo sempre praticado nas horas livres, e é possível, a critério dos participantes, interrompê-los a qualquer momento.

O esporte pode ser considerado como uma forma de reproduzir as características da sociedade em que está inserido. Portanto, considerando que estamos vivenciando em uma sociedade baseada no sistema capitalista, pode-se constatar o esporte cada vez mais envolvido com fatores econômicos, perdendo totalmente a essência lúdica e sem interesses materiais. Com isso, cito LAGUILLAUMIE (1978) que diz que o esporte é reflexo das categorias do sistema capitalista industrial: competição, rendimento, medição, "recorde", divisão do trabalho (especialização), racionalização, abstração do trabalho e alienação. No mesmo ano Allen Guttmann (1978) cita sete características distintivas dos esportes modernos (secularismo, igualdade de oportunidades na competição e em

suas condições, especialização das regras, racionalização possibilitando suas internacionalização, organização burocrática, impulso para a quantificação e a busca dos recordes).

Num sentido mais específico, podemos entender o esporte como uma atividade destinada ao aprimoramento mental e físico do homem, seja pela prática livre dos exercícios, seja através de competições esportivas. Segundo informações retiradas da BARSÁ (1987), a importância do esporte na sociedade reflete-se na preocupação dos governos em torná-lo obrigatório onde quer que a sua ação se faça sentir, principalmente no ensino, desde a primeira infância até os cursos universitários.

Com esses conceitos podemos entender como o esporte se tornou uma atividade com um fim totalmente distinto do jogo, e começamos a entender também o interesse da mídia no esporte, pois se trata de uma atividade cercada de interesses econômicos.

2.1 A mídia esportiva

A história da imprensa no Brasil teve sua gênese em 1808, com a vinda da família real portuguesa ao Brasil, sendo que até então era proibida qualquer tipo de atividade de imprensa — fosse a publicação de jornais, livros ou panfletos. O marco zero da imprensa brasileira ocorreu quando houve a criação da Imprensa Régia, hoje Imprensa Nacional, no Rio de Janeiro no dia 13 de maio de 1808, pelo príncipe-regente Dom João.

O primeiro jornal a circular no Brasil foi a “Gazeta do Rio de Janeiro”, no dia dez de Setembro de 1808. Tal jornal era trazido impresso de máquinas inglesas, já que no país não havia a tecnologia necessária para a produção em massa do jornal. O jornal, só publicava notícias que beneficiavam o governo em vigor, ou seja, desde o século XIX a imprensa agia através de “jogos de interesses” que beneficiavam os grupos ou pessoas que interessavam aos meios de comunicação escrita. Ainda em 1808, foi lançado o Jornal “O Correio Brasiliense”, que atacava

"os defeitos da administração do Brasil", nas palavras de seu próprio criador, e admitia ter caráter "doutrinário muito mais do que informativo". Porém tal jornal, ainda não pregava a Independência do Brasil. A partir de então, todo o processo de construção da imprensa no Brasil foi se estabelecendo.

Todavia o que de fato nos interessa é a relação da mídia com o esporte, portanto vamos entender como a indústria midiática foi enxergando no esporte um grande trunfo em termos de manipulação popular, venda de produtos e audiência. Digo venda de produtos, pois através da maximização da audiência esportiva, empresas começaram a criar o interesse em divulgar seus produtos nas colunas de esporte. Apenas a título de constatar essa idéia da aproximação das empresas com o esporte visando uma maior visibilidade da marca vamos citar o lucro da Empresa Sadia após o período de aproximadamente um ano de patrocínio a uma equipe de voleibol brasileiro. No período de junho de 1988 a abril de 1989 foram gastos entre manutenção do elenco e campanhas de marketing a cifra de U\$ 569.358,00, em contraposição, o lucro estimado da empresa Sadia com a exposição de sua marca em canais de comunicação foi de U\$ 1.805.522,00, mostrando que de fato a exposição da marca através do esporte era significativamente rentável para as empresas.

Voltando para a relação da mídia com o esporte, vamos então nos aprofundar um pouco mais nesse segmento. Para tal, vamos nos basear no processo da relação futebol e mídia no Brasil, pois entendendo essa relação entenderemos como a mídia adentrou no campo esportivo de uma forma geral, englobando outros esportes, já que o futebol é o esporte número um em publicações e informações nos canais de comunicação do nosso país.

No início do século passado à imprensa esportiva não tinha o espaço e poder que possui atualmente. Explicações plausíveis referem-se ao Futebol, dizendo que naquela época tal esporte não era o preferido dos brasileiros. Nesse período modalidades como o remo e o turfe eram as mais praticadas pela burguesia brasileira. Provas disso são os nomes das principais equipes fluminenses criadas entre o fim do século XIX e o início do século XX, são elas:

Clube de Regatas Flamengo e Clube de Regatas Vasco da Gama. Tais equipes vivem hoje predominantemente das atividades futebolísticas.

O Futebol começou a entrar na vida do povo brasileiro no ano de 1894, ano em que Charles Miller retornou da Inglaterra trazendo consigo algumas bolas. Tais bolas foram aos poucos encontrando adeptos nos jovens de elite do Brasil que costumavam estudar na Europa. O Futebol, em seus primórdios, era visto como uma prática cara. As bolas de couro, os calçados, e os uniformes de linho e algodão, vinham de fora do país. Os times, formados por rapazes ricos, utilizavam camisas elegantes, meias e sapatos especiais para a prática. As primeiras partidas relatadas foram disputadas entre equipes tradicionais dos Estados do Rio de Janeiro e São Paulo. Os clubes tinham nomes importados, como São Paulo Athletic, Sport Club Corinthians, Rio Grande Football Club e São Paulo Railway.

Naquele período, ninguém imaginava que o esporte mais popular, não só do Brasil, mas do mundo, ganharia as proporções que atingiria um século mais tarde. STEMME (1981), corrobora com o pensamento de que ninguém da época imaginava de que o futebol jamais atingiria tamanhas proporções:

É pouco provável que qualquer entusiasta de futebol, se vivo 100 anos atrás, pudesse jamais prever como se desenvolveria este esporte. Estariam tão sem rumo e orientação como alguns dos filósofos e historiadores de século XIX que acreditassem poder detectar, na perspectiva de sua geração, as tendências subjacentes do mundo político atual. Futebol é hoje o esporte dominante no mundo, praticado por quase todas as culturas, povos e sociedades.

O escritor Graciliano Ramos, de Vidas Secas, no início do século XX chegou a relatar que o “Futebol não pega, tenho certeza; estrangeirices não entram facilmente na terra do espinho”. “Dessa forma, Graciliano inaugurou a primeira previsão incorreta da atividade esportiva”.

Porém, a partir da segunda década do século XX, o futebol começou a construir uma história exatamente ao contrário do que dizia Graciliano Ramos. As equipes passaram a participar de torneios e foram realizados os primeiros jogos intermunicipais. No Estado de São Paulo, a publicação Fanfulla, originária da Itália, pode ser entendida como a primeira a reportar notícias de caráter esportivo,

com ênfase no Futebol, entre a colônia que era maioria na cidade. Nos anos 20 do século passado, o esporte passava a ganhar traços mais profissionais. E aos poucos, o Futebol passou a se tornar um esporte de massa. Nos jornais, ainda que ao lado das competições de turfe, o futebol começou a ter um espaço maior nas páginas de jornal. O interesse popular aumentava as manchetes esportivas nos jornais e, como numa troca, as manchetes de jornal ajudavam a difundir o Futebol no Brasil. O crescimento desse esporte no Brasil foi tanto que na década de 30 foi lançado o primeiro caderno dedicado exclusivamente ao Futebol, o jornal era chamado O Jornal dos Sports. Para se ter uma idéia de se a invenção vingou ou não, o Jornal dos Sports é publicado e vendido com sucesso até os dias de hoje, na cidade do Rio de Janeiro.

Porém, o que realmente fez com que a relação da mídia com o esporte se tornasse um laço muito bem atado, foi a invenção da televisão, em 1936. Para Betti (1997) a televisão modificou a audiência do esporte em todo o mundo, e forçou-o a um papel de dependência, Todavia, com essa relação entre esporte e televisão, os dirigentes esportivos ficaram receosos com essa aproximação, pois temiam que as transmissões televisionadas afugentassem os públicos dos estádios e ginásios. Mas, os "cartolas" logo viram que esse receio era desnecessário, pois a partir da década de 60 (com as transmissões ao vivo), esporte e mídia começaram a exercer uma relação simbiótica, ou seja, os dois se beneficiam com tal relação.

Mas será que a mídia exerce a função que realmente deveria exercer? Será que a imprensa se prepara para poder reportar com qualidade e eficiência o dia-a-dia esportivo? Segundo Reis (2006) um fator que demonstra o não comprometimento da mídia com um jornalismo esportivo de qualidade é o fato de designarem o posto de jornalismo esportivo, na maioria das vezes, para os iniciantes na carreira, o que demonstra a visão pouco prestigiosa do empregador em relação ao jornalista esportivo. Além do mais, na grade curricular dos cursos de jornalismo no Brasil, não existe uma matéria que seja destinada ao jornalismo esportivo.

Mas afinal, qual é a função da mídia esportiva? A mídia esportiva tem a obrigação de cobrir uma variedade de modalidades esportivas, inclusive o esporte amador. Deve também, reportar relatos de atletas enfatizando o lado ser humano do atleta, e não, explorando a faceta “máquina” do atleta. A mídia deve ceder espaço para a opinião dos receptores, gerando uma interação com os espectadores. Por fim, a mídia deve realizar uma análise aprofundada dos fenômenos esportivos, analisando fatores econômicos e socioculturais.

Longe da realidade da maior parte do povo brasileiro, estes tipos de canais de comunicação existem, são os canais de televisão pagos. Tais canais exercem um tipo de reportagem que coincide com a verdadeira função do esporte na mídia. Mas então, que tipo de notícias são reportadas para a maior parte da população brasileira? A imprensa atual divulga apenas os esportes que trazem retorno financeiro. Portanto, acaba repassando para os olhos da população uma monocultura esportiva, aumentando ainda mais o abismo entre os esportes populares no Brasil e os esportes que têm pouca divulgação. A mídia atual cria expectativas, gera ídolos e vilões, repassa lances exaustivamente com detalhes multidimensionais. A notícia que chega ao espectador é uma notícia superficial e tendenciosa, pendendo sempre para o lado do mais com um maior grau de influência e visibilidade.

Com essas informações vamos entendendo de maneira progressiva de que forma a imprensa, com suas reportagens e matérias, consegue exercer no atleta uma pressão psicológica. Já que, criando expectativas, vilões e ídolos os canais de comunicação impõem nos atletas uma espécie de pressão. O atleta de alto rendimento sabe que existe uma expectativa gerada em cima dele, devido à publicação de matérias perante os períodos pré e pós-competitivos.

O que procuraremos descobrir é se essa pressão gerada pela mídia, vem como algo benéfico ou maléfico para o rendimento do atleta de alto nível. O trabalho procurará também verificar que fatores endógenos são afetados com tal pressão, e como esses fatores influenciam no desempenho final do atleta. Sabe-se que o stress e a ansiedade são os principais responsáveis pela influência no

estado psicológico do atleta. Veremos adiante, uma revisão mais aprofundada abordando tais fatores.

2.2 Fatores endógenos que podem alterar um desempenho

Diversos fatores externos ao organismo do atleta podem afetar o desempenho de um atleta. Um estádio lotado, as condições do gramado, os capitais envolvidos, os relacionamentos com pessoas influentes, e também, a pressão midiática. A pressão midiática pode ser decorrente de inúmeros fatores, como por exemplo: a expectativa por um resultado positivo, a exposição do atleta na mídia, as críticas e elogios sobre o desempenho e condutas do atleta. Esse tipo de pressão externa altera no indivíduo funções que podem inibir ou excitar as capacidades físicas de um atleta esportivo. Para NIDEFFER (1992) no esporte contemporâneo, o nível dos testes de detecção de talento esportivo e dos treinamentos tem sido tão eficaz, que os atletas estão se “tornando cada vez maiores, mais fortes, mais rápidos e mais velozes”.

Portanto, cada vez mais a diferença entre ganhar e perder está nos fatores psicológicos. Segundo Machado (1997), as emoções podem tanto inspirar quanto inibir a prestação desportiva. Os estados mais visivelmente afetados nos indivíduos são os de ansiedade e stress. PATMORE (1986) afirmou que o fator de natureza psicológica que distingue o atleta vencedor de um atleta perdedor é sua habilidade para lidar com o stress das competições. Não saber lidar com o stress, é a principal fonte geradora de maus rendimentos esportivos, de aumento de insegurança, aumento dos sintomas de ansiedade antes e durante o desempenho esportivo, diminuição da auto-estima, da autoconfiança e do autocontrole. Dessa forma, parece ser de grande valia um período em um planejamento de treinamento que seja dedicado somente à preparação do estado psicológico.

Frischnecht (1990) afirma que a ansiedade é um dos impeditivos mais comuns para uma boa performance. Em casos extremos, seus efeitos criam enormes dificuldades que chegam a perturbar a concentração, pois níveis excessivos de ansiedade tendem a restringir o "campo" de atenção, e o atleta

poderá começar a prestar atenção somente a um número de sinais limitados, diminuindo assim sua performance.

Quando se está ansioso ocorre um aumento da frequência cardíaca, do consumo de oxigênio, da pressão arterial e da frequência respiratória. Ou seja, o sistema cardio-respiratório diminui sua capacidade de trabalho, fazendo com que todo o sistema tenha que aumentar sua frequência de trabalho para atingir a mesma capacidade de uma situação trivial. Além disso, quando se está ansioso podem ocorrer náuseas, delírios, secura de boca, sensação de fadiga ou fraqueza, bocejo frequente, tremores, ações nervosas (como roer as unhas, mexer as pernas, enrolar os cabelos, etc.), sudorese profunda, micção frequente, fezes soltas, dificuldade em adormecer, aumento de tensão muscular - podendo ocorrer dificuldade na respiração devido à tensão dos músculos do pescoço e garganta (pode ocorrer estrangulamento no sentido literal e/ou figurado). De acordo ainda com Frischnecht (1990), a fraqueza, a falta de equilíbrio das pernas, o aumento da frequência cardíaca e do consumo de oxigênio pode acelerar a fadiga, que é considerado o efeito mais pernicioso da ansiedade. No entanto, a tensão muscular é aumentada, fazendo com que, novamente, seja provocada uma fadiga precoce.

O stress, segundo MARINO JUNIOR (1975, p.69) é um desequilíbrio psicossomático que se traduz por reações do organismo a agressões de ordem física, psíquica, infecciosa, e outras, capazes de perturbar-lhe a homeostase. Já Alves (1992, p.107), relata que o stress é a resposta não específica do organismo a toda solicitação que lhe é feita. Lipp, (1996, p. 20), amplia o conceito:

Stress é definido como uma reação do organismo, com componentes físicos e/ou psicológicos, causada pelas alterações psicofisiológicas que ocorrem quando a pessoa se confronta com uma situação que, de um modo ou de outro, a irrita, amedronta, excita ou confunde, ou mesmo que a faça imensamente feliz. É importante conceitualizar o stress como sendo um processo e não uma reação única,...

Analisando a definição de stress feita por Lipp, podemos entender que o stress pode ser o causador de uma maximização de performance esportiva, mas também, um inibidor. Tal distúrbio pode ser explicado pelo stress positivo (eustresse) e pelo stress negativo (distresse). Os dois tipos de stress causam reações fisiológicas semelhantes: as extremidades (pés e mãos) tendem a ficar

frios e suados, os batimentos cardíacos e pressão arterial atingem níveis mais elevados, o nível de tensão muscular tende a aumentar.

O eustresse ocorre quando o indivíduo lida de forma positiva com seu stress, mantendo sua mente clara e pensante, preparando assim, a mente e o corpo para a realização de um grande desempenho. No campo esportivo, podemos considerar o stress positivo quando o atleta absorve todas as pressões advindas de fatores externos (publicações pessoais, expectativas sobre o desempenho, pressão da torcida, tempo) e lida com tais situações de modo a ajudar na sua produtividade dentro do momento competitivo. O stress positivo ajuda a preparar o corpo do atleta para uma atividade explosiva, deixa o indivíduo estimulado, fisiologicamente alerta, ajudando-o a se manter em um alto nível de concentração, atento, motivado, com auto-estima e conservando um alto nível de energia física.

O stress negativo, ou distress pode ser entendido como uma reação aos agentes estressores de maneira negativa. Através das pressões advindas de ambientes externos, o organismo do atleta acaba funcionando como um mecanismo inibitório, diminuindo assim sua performance esportiva. Fadiga precoce, tremor nos membros, sudorese excessiva, boca seca são algumas conseqüências do stress negativo.

Com esses conceitos podemos entender de que forma o stress e a ansiedade alteram algumas funções de nosso organismo, alterando assim, as capacidades físicas dos atletas. Precisamos entender agora de que forma os canais de comunicação podem acabar estimulando nos atletas de alto-rendimento esse tipo de reações que acabam aumentando os níveis de ansiedade e stress, seja ele positivo ou negativo.

2.3 As possíveis relações da mídia no desempenho do atleta

Qualquer pessoa, física ou jurídica, que precisa de uma exposição na mídia para divulgar sua marca ou produto cria, de certa forma, um laço de dependência com os canais de comunicação. Empresas de médio e grande porte têm suas

marcas divulgadas e disseminadas para o grande público através dos canais midiáticos. Através de propagandas em jornais, revistas, patrocínios, essas marcas tornam-se conhecidas do grande público, atingindo assim os seus objetivos das empresas, fruto da melhor estratégia de marketing existente.

Os atletas de alto-rendimento, de certo modo, também necessitam de um espaço significativo nos canais midiáticos para a divulgação de seu nome nos lugares mais periféricos do planeta. Quem nunca ouviu falar em Pelé ou Maradona? Com essa exposição, os atletas podem exigir de seus patrocinadores melhores contratos, exigem de seus clubes melhores salários, e também, conseguem um espaço no hall da fama do esporte, ou seja, ficam eternizados no mundo esportivo. Dessa forma, conseguem disponibilizar para sua família uma melhor qualidade de vida, com as altas quantias em dinheiro recebidas por tais contratos. Segundo Kenski (1995), “o atleta super star é valorizado comercialmente como espaço publicitário por onde podem ser veiculadas as mensagem dos patrocinadores.

Divulga-se o campeão e, junto com ele uma imagem símbolo, valorizada socialmente, de saúde, força, poder, [dinheiro, fama], vitória e prestígio”. Pode-se dizer que o atleta não se torna um ícone, um ídolo, uma referência sem a exposição na mídia. Dessa forma a mídia é parte decisiva na formação de um ídolo, mas também de um vilão. Os atletas de alto-rendimento que possuem uma grande exposição na mídia esportiva tem, ao mesmo tempo em que todos esses fatores benéficos, uma situação delicada de conduzir. Essa exposição na mídia acaba gerando de forma natural, uma maior expectativa por resultados, por suas condutas. Existem atletas que sabem lidar com esse tipo de situação e existem atletas que não. Para termos uma breve noção de como as notícias publicadas pelos canais de comunicação podem afetar psicologicamente um atleta, vamos citar a matéria publicada no site <http://portal.rpc.com.br>, que reporta uma matéria sobre o nadador brasileiro Thiago Pereira, dias antes do início dos Jogos Olímpicos de Pequim 2008.

“Thiago Pereira não entra nos sites de notícia da Internet. Prefere não saber o que andam escrevendo dele nesse momento. Também não liga a televisão no quarto da Vila Olímpica porque não tem paciência para ver os programas da TV estatal chinesa. Ninguém entende nada. Trouxe muitos filmes do Brasil na bagagem e já arranhou um jeito de baixar outros da internet para seu computador pessoal. Esse tem sido seu passatempo preferido em Pequim.

Desde ontem, o melhor nadador do Brasil e uma das maiores esperanças de medalha olímpica do país, está mergulhado em seus pensamentos, treinos e descanso. É concentração total para a estréia. Um filme da temporada deve passar em sua cabeça. Ele sabe que tudo foi feito para esse momento, desde o Pan no Rio, passando pelos treinos e as competições oficiais, com adversários de qualidade. Quatro anos de sacrifício de Atenas para cá. Ganhou força e experiência. Está confiante e já não vê nos adversários competidores imbatíveis. Nem no norte-americano Michael Phelps, o melhor de todos no momento.”

Em outro trecho da mesma matéria, comparando Thiago Pereira com uma jovem nadadora da delegação brasileira nos Jogos Olímpicos de Pequim, é relatado que:

Daynara não carrega nos ombros o mesmo fardo de Thiago. Ele sabe que qualquer resultado que não seja uma medalha nos 400 metros medley é fracasso em Pequim. Por isso, precisa se concentrar. Esquecer do mundo. Tem evitado andar na Vila Olímpica, cheia de atividades e coisas para ver e fazer. Tudo isso pode lhe tirar o foco da prova.

Essa reportagem reforça nossa hipótese do poder que a mídia exerce sobre o lado psicológico de um atleta de altíssimo rendimento. Podemos ainda citar inúmeros outros exemplos como o de Rubens Barrichello, considerado por especialistas como um bom e competente piloto, mas que graças a reportagens publicadas pelos canais de comunicação é visto pelo grande público como um piloto lento e sem talento. Outro exemplo da pressão que a mídia acaba exercendo nos atletas nos remete a pouco tempo atrás, mais precisamente nos Jogos Olímpicos de Pequim é o do atleta Diego Hipólito. Considerado pela própria imprensa como grande esperança de medalha de ouro. Após o erro no último salto de sua série e a conseqüente perda da medalha, a imprensa esportiva publicou diversas matérias que criticavam e ironizavam o desempenho do atleta campeão mundial. O sítio <http://jbonline.terra.com.br> publicou a seguinte reportagem após o final da participação do ginasta brasileiro:

Depois de pedir desculpas aos brasileiros com lágrimas nos olhos e passar horas trancado no quarto na última segunda-feira, Diego Hypólito falou pela primeira vez após decepcionar na apresentação de solo dos Jogos de Pequim nesta terça.

- Não sou ¹amarelão, afirmou o ginasta, bicampeão do mundo e apontado como principal favorito à medalha de ouro antes do início da competição na China.

Hipolyto chegou a se emocionar durante a entrevista concedida na Vila Olímpica e precisou se esforçar para conter as lágrimas.

- Não sou um coitado. Quantas pessoas treinam para chegar até aqui? Sou um atleta olímpico. Disputei cinco mundiais e sei lidar com a pressão. Gosto das decisões, diz o atleta, que promete não se esconder após o fracasso.

Analisando friamente essa matéria podemos fazer algumas considerações sobre tudo o que já vimos até aqui. Em primeiro lugar, a reportagem coloca o desempenho do atleta brasileiro como um fracasso. Será que ser o sexto melhor atleta do mundo no maior evento de esportes do mundo é um fracasso? Em outra situação podemos observar que a pressão da mídia parece não afetar Diego Hipólito, já que ele considera saber lidar com a pressão e diz gostar de decisões. Por último, podemos ter uma noção de como a mídia afeta a opinião popular, pois o Diego Hipólito acabou herdando a fama de amarelão entre a grande massa pública. Outra parte da matéria que nos faz constatar o poder da mídia é de quando o ginasta brasileiro pede desculpas para o povo brasileiro. A mídia fez, com suas reportagens, o povo brasileiro acreditar que a medalha de Diego Hipólito era uma certeza, sem considerar o talento dos adversários. Logo, quando Diego Hipólito cometeu a falha, o seu desempenho foi considerado como um fracasso por todos. Porém todos sabem do valor do ginasta, que já foi campeão mundial na modalidade do solo na ginástica.

Todavia, existem atletas que com as reportagens tendem a aumentar seu desempenho. Eles buscam a notícia, querem estar sempre em evidência. Entre eles, podemos citar um dos maiores futebolistas de todos os tempos, o Romário, e também, o recordista de medalhas de ouro em uma só olimpíada, o norte-americano Michael Phelps. Tais desportistas estão sempre utilizando artimanhas para estarem aparecendo nos canais de comunicação. Lançam desafios, no caso

^{1 1} Amarelão: variação do verbo amarelar. Classificação morfosintática: amarelar: verbo infinitivo da primeira pessoa no singular. Sinônimo: medroso

de Romário, realizando entrevistas polêmicas, sempre para manter-se entre os holofotes. São atletas que parecem que apreciam a idéia de ter sempre a imprensa em volta. Parece que para tais atletas atingirem um nível máximo de desempenho necessitam de uma pressão extrínseca em torno de si. Então, eles criam em volta de seu dia-a-dia esportivo e de treinamentos um ambiente que gere essa pressão, que serve como um estímulo para que o agente estressor apareça em forma de um stress positivo, aumentando assim as capacidades fisiológicas do atleta. Logo, são atletas de altíssimo rendimento que possuem um talento notável e que sabem muito bem lidar com as pressões advindas dos canais de comunicação em massa.

Para entendermos como tais atletas constroem essa estrutura que faça com que eles reajam de forma positiva a esses fatores, vejamos um trecho da entrevista realizada com Romário, durante as eliminatórias para a Copa do Mundo de 1994 e, publicada pelo Jornal “O Globo” em 8 de Setembro de 1993: “sei que sou bom e estou em boa fase (...) Eu sempre soube fazer gols e isso é o que todo mundo quer. Em 13 jogos no Barcelona já fiz 17 gols. Na Holanda, em 142 jogos fiz 148 gols. Por isso eles gostam de mim”. Em outra matéria publica no dia 15 do mesmo mês e ano Romário fala que: “antes eu era o problemático, o polêmico... salvador da pátria vai ser mole para mim” e ainda falando sobre o adversário: “não sei o nome de nenhum zagueiro, nem quero saber. Para mim, com líbero ou cinco laterais é a mesma coisa. O único que me chateia é o goleiro, que tira os gols da gente”.

Com essas reportagens podemos entender como alguns atletas chama a responsabilidade e centram os holofotes todos em cima de si. À princípio, parecem atletas que gostam de chamar a responsabilidade para si, colocar a pressão toda em cima de si mesmo. Com isso, conseguem atingir o nível de stress ideal para competições, aumentando assim o seu rendimento esportivo.

3.0 BIOGRAFIAS DOS ATLETAS ANALISADOS

Este espaço será destinado para postar algumas biografias de atletas de altíssima visibilidade nos meios de comunicação. Tais atletas serão utilizados, através de matérias reportadas, para a verificação da influência e das possíveis relações da mídia no desempenho do atleta.

3.1 Ronaldo Luiz Nazário de Lima

Esporte: futebol

Apelido: fenômeno

Nascimento: 22/09/1976

Posição: atacante

Nacionalidade: brasileira

O sucesso de Ronaldo no Futebol foi precoce. Antes de aparecer no Cruzeiro, de Minas Gerais, Ronaldo viu portas de Clubes como o São Paulo e o Botafogo se fecharem. O garoto chegou ao Cruzeiro graças a Jairzinho, furação da Copa de 70, que convenceu os dirigentes da equipe mineira a pagar U\$ 25 mil pelo passe de Ronaldo. O talento do atleta logo chamou a atenção do então técnico do Cruzeiro, Carlos Alberto Silva. Ronaldo, então com 16 anos, foi levado a uma excursão pela Europa, sendo aos poucos colocado pelo treinador. Logo Ronaldo conquistou uma vaga na seleção brasileira, indo disputar em 1994 a Copa dos Estados Unidos.

A história de Ronaldo no futebol se confunde com a história das Copas. Em 1994, com 17 anos, Ronaldo foi levado pelo então técnico da seleção Carlos Alberto Parreira para a sua primeira disputa de Copa do Mundo. Quatro anos depois, o fenômeno chegou à Copa da França como principal estrela do futebol mundial, vindo de dois títulos consecutivos de melhor do mundo da Fifa. Todos os olhos estavam voltados para o então jogador da Inter de Milão. A estrela da seleção brasileira fez um bom mundial, mas o desfecho foi quase trágico. Momentos antes da final contra os anfitriões, Ronaldo sofreu uma convulsão na concentração, em circunstâncias que até hoje são consideradas misteriosas. O fenômeno não foi

relacionado para a partida, mas chegou ao estádio em cima da hora e forçou sua escalação, porém a sua apresentação no jogo foi frustrante, assim como de toda a seleção. Mas nesse tempo, Ronaldo enfrentou o maior problema de sua brilhante carreira, talvez de sua vida. O atacante sofreu duas lesões gravíssimas no joelho direito, ficando ausente dos gramados por praticamente dois anos. Entretanto, voltou a brilhar na Copa de 2002, sendo Campeão Mundial e eleito em seguida pela FIFA o melhor jogador do mundo, pela terceira vez em sua carreira. O recorde de gols da história das Copas. Atingir esse feito foi um grande prêmio de consolação para Ronaldo numa copa em que começou muito “gordo e vaiado”. Na Copa de 2006 Ronaldo ultrapassou o alemão Gerd Muller e se tornou o maior artilheiro somando todas as edições de Copas do Mundo.

Todavia, a carreira de Ronaldo também foi cercada por diversos escândalos. Muito devido a grande exposição que Ronaldo alcançou na mídia mundial. Desde casos com mulheres glamourosas, até o último caso recente com os travestis. O fenômeno sempre apareceu em manchetes de destaque na mídia. Isso rende ao fenômeno milhares de reais em patrocínios, devido a sua exposição nos canais de comunicação.

Ídolo no mundo todo, Ronaldo tem de conviver dia-a-dia com o assédio de fãs e imprensa, loucas por um furo de reportagem, para colocar a vida do fenômeno nas principais capas e programas de televisão.

3.2 Romário Faria de Souza

Esporte: futebol

Apelido: baixinho

Nascimento: 29/01/1966

Posição: atacante

Nacionalidade: brasileira

Menino das camadas mais simples do subúrbio carioca, Romário foi revelado no Vasco. Iniciou sua carreira profissional aos 19 anos, em 1985, fazendo dupla com Roberto Dinamite, então ídolo vascaíno.

No mesmo ano, Romário foi convocado para disputar o mundial de juniores na extinta União Soviética, mas logo foi cortado. Romário gostava de ficar na sacada de seu apartamento urinando na cabeça das pessoas que passavam em baixo, dessa forma, foi cortado do grupo.

Romário sempre foi polêmico fora de campo, sua carreira foi marcada por episódios e frases marcantes dita pelo “baixinho”. Já cobrou dívidas em entrevistas e bateu boca com Zico e Pelé. Como já dito em outro tópico, Romário sempre procura realizar algo para estar sob os holofotes, aparecendo em todas as manchetes de jornal. Outro problema enfrentado pelo “baixinho” fora de campo era suas freqüentes noitadas e ausência aos treinos, provocando a ira de treinadores como Carlos Alberto Parreira. Nas eliminatórias para a Copa de 94, o “baixinho” era carta fora do baralho. Porém, com a contusão de Muller, Parreira foi obrigado a recorrer a Romário. Porém, dentro de campo Romário era genial, com seus lances de extrema habilidade e qualidade de conclusão, o baixinho encantava a todos. Sua casa é a grande área. Dos zagueiros altos e fortes, Romário livrava-se com um simples gingado, um drible de corpo imprevisível. Por fim, Romário levou a seleção à Copa do Mundo e, mais do que isso, levou o Brasil ao tetra-campeonato mundial nos Estados Unidos, 1994.

Onze anos depois, já beirando os 40 anos, Romário continuava mostrando todo seu talento, sendo o artilheiro do Campeonato Brasileiro daquele ano. Um ano depois o “baixinho” atuou nos Estados Unidos e na Austrália. Porém, voltou ao seu clube mãe, para realizar um dos maiores desejos de sua carreira, atingir a marca de 100 gols na carreira.

No dia 14 de Abril de 2008, Romário anunciou o encerramento de sua carreira, deixando saudade em todos aquele que se dizem entendedores de futebol.

3.3 Édson Arantes do Nascimento

Esporte: futebol

Apelido: Pelé

Nascimento: 23/10/1940

Posição: meia-atacante

Nacionalidade: brasileira

Com apenas 17 anos, Pelé já disputava com a seleção brasileira o seu primeiro mundial. Na Suécia, em 1958, o garoto da cidade de Três Corações foi peça fundamental na conquista do primeiro título mundial do Brasil. Revelado na Equipe dos Santos, Pelé teve uma carreira brilhante, com muitos títulos e prêmios de artilheiros. Em 1962, Pelé disputou a sua segunda Copa do Mundo e, pela segunda vez, sagrou-se campeão. Já na casa dos 30 anos, Pelé foi mais uma vez Campeão do Mundo, agora no México (1970). O atleta mineiro tem muitas marcar para se orgulhar. Além das já citadas acima, Pelé tem ainda marcar como Deca-campeão Paulista pelo Santos. Maior goleador de futebol de todos os tempos e, mais recentemente, eleito pela FIFA como o melhor atleta do século 20.

Hoje, apesar de ter parado de jogar a algumas décadas, Pelé continua nos holofotes. Ele sempre acompanha eventos mundiais e, recentemente, foi o Ministro dos Esportes do Governo Brasileiro.

Com 68 anos, Pelé é conhecido por todos e considerado quase que por unanimidade, o maior jogador de futebol de todos os tempos.

3.4 Diego Armando Maradona

Esporte: futebol

Apelido: Maradona

Nascimento: 30/10/1960

Posição: meia

Nacionalidade: Argentina

No dia 21 de Junho de 1970, um garoto de apenas 10 anos de idade, entrou no intervalo da partida entre Boca Juniors e Argentino Junior para exibir todo o seu talento com a bola. O juiz voltou ao campo e pediu para retirar o garoto, porém todo o estádio pedia a permanência do garoto, para que ele continuasse mostrando toda a sua habilidade com a bola. Diego Armando

Maradona foi um dos maiores jogadores de futebol de todos os tempos, o maior de todos para os argentinos.

Com sete irmãos e filho de um casal de operários no bairro de Lanus, em Buenos Aires, Maradona ganhou sua primeira bola aos 3 anos de idade. Aos 9 anos, Diego passava o dia jogando bola no time de Lanus, o Estrella Roja. Logo foi visto pelo treinador das categorias de base do Argentino Juniors, e logo se integrou a equipe.

Maradona foi o mais jovem jogador argentino a estreiar no futebol profissional. Com apenas 15 anos de idade, o garoto estreou na derrota do Argentino Junior para o Talleres em 20/10/1976. Após conquistar várias taças de artilheiro, Maradona foi vendido ao Boca Juniors por um milhão de libras, um recorde na época. Anos mais tarde, Maradona foi vendido ao Barcelona da Espanha. Porém, sua passagem lá foi conturbada devido à lesões de agressões dentro de campo. Logo seu passe foi vendi ao Nápoli, onde se tornou ídolo da equipe italiana.

Maradona também teve sua carreira marcada por momentos polêmicos. O famoso gol de mão contra a Inglaterra na copa do mundo de 1986 e os constantes casos de doping são os mais lembrados. Este último por sinal, manchou a imagem do argentino, porém mantém o atleta na mídia até as datas de hoje.

3.5 Maria Paula Gonçalves da Silva

Esporte: basquetebol

Apelido: Magic Paula

Nascimento: 11/03/1962

Nacionalidade: brasileira

Paula começou a jogar basquete aos dez anos de idade e logo se destacou tanto, sendo convidada, em 1974, pelo técnico do Assis Tênis Clube para integrar o time da cidade. A Magic Paula, estreou na seleção brasileira adulta de basquete com apenas 14 anos, em 1976, iniciando uma carreira de 28 anos como atleta de basquete. Foi campeã mundial na Austrália em 1994, medalha de ouro nos Jogos Pan-Americanos de Cuba em 1991 e medalha de prata nas Olimpíadas de Atlanta

em 1996. É a atleta com maior número de participações em Mundiais de basquete (seis vezes), foi escolhida como Atleta do Ano pelo Comitê Olímpico Brasileiro em 1997. Em 2006 entrou para o Hall da Fama do Basquete Feminino, entre inúmeras outras conquistas.

Após encerrar sua carreira como atleta, Paula especializou-se na área de gestão esportiva, sendo hoje diretora do Centro Olímpico de Treinamento e Pesquisa da Prefeitura de São Paulo. Paula tem também outra atividade, ela coordena o Instituto Passe de Mágica, projeto social que atinge cerca de 400 crianças em São Paulo, Diadema e Piracicaba.

4.0 ALGUNS CASOS LEVANTADOS

Procuraremos aqui tornar visível ao leitor a influência e as possíveis relações da mídia no desempenho dos atletas de alto rendimento. Serão reportadas matérias de jogadores e ex-jogadores de futebol e basquetebol. No caso do basquete será reportada apenas uma entrevista realizada com a ex-jogadora Paula.

Matéria publicada em 02/05/2008 20:52

Título: Ronaldo fenômeno confinado na casa da mãe

Site: <http://liverig.wordpress.com>

O brasileiro Ronaldo fechou-se desde quinta-feira na casa da sua mãe, na zona de Angra dos Reis, para fugir do assédio da imprensa depois do escândalo que protagonizou com três travestis.

A notícia foi divulgada pelo jornal português IOL Diário, que deu como fonte amigos próximos do jogador do Milan, os quais acrescentaram que o jogador se encontra deprimido e só sai do quarto para fazer as refeições.

O fenômeno, que se encontrava no Rio de Janeiro se recuperando de lesão, viajou para Angra dos Reis sozinho, sem qualquer companhia, depois de ter terminado a relação com a namorada Maria Beatriz na sequência do caso.

Para além do escândalo que foi toda esta história, Ronaldo poderá ainda sofrer um rombo financeiro provocado pelo fato da Nike estudar a hipótese de rescindir (cancelar) o contrato vitalício que celebrara com o jogador, no valor de 70 milhões de euros.

Matéria publicada em 09/06/2006 11h27

Título: Ronaldo compara “bebedeira” de Lula à sua gordura

Site: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br>

Por Eduardo Vieira da Costa

O atacante Ronaldo comparou nesta sexta-feira [9/6] as insinuações de que ele estaria acima de seu peso com as acusações ao presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, de que ele costuma consumir álcool em excesso.

Na videoconferência realizada ontem [quinta, 8] de Lula com os atletas e a comissão técnica do Brasil, o presidente perguntou ao técnico Carlos Alberto Parreira se o jogador estaria realmente gordo. Parreira negou, respondendo a Lula que Ronaldo "está forte".

Uma pergunta do presidente Lula ao técnico Parreira na tarde de ontem pesou o "clima" na delegação brasileira, que está concentrada em Königstein, Alemanha.

Embora tenha dito nesta sexta-feira que não ficou bravo com a questão, Ronaldo rebateu as declarações de Lula de forma ríspida. "Todo mundo diz que ele bebe pra caramba. Tanto é mentira que eu sou gordo como deve ser mentira que ele bebe pra caramba".

Ronaldo disse acreditar que a pergunta de Lula tenha sido fruto de uma suposta falta de responsabilidade por parte da imprensa.

"Acho que o presidente talvez tenha sido mal-influenciado justamente pela falta de responsabilidade na hora de informar. Não estou chateado."

"Eu também tenho coisas para perguntar a ele, mas avisaram a gente que era terminantemente proibido perguntar coisas para o presidente", continuou.

Depois dos episódios das bolhas no pé, da febre e dos flagras em boates, Ronaldo também reclamou da imprensa em geral.

"Fico chateado somente pelas especulações que a imprensa, principalmente a brasileira, fez a meu respeito. Parece sempre que eu estou passando por um teste. Acho que pela minha trajetória, por meu currículo na seleção, eu mereço muito mais respeito do que está ocorrendo agora", afirmou.

"O que falta realmente é um pouco mais de seriedade e responsabilidade por parte de quem cobre a seleção. A imprensa que está cobrindo a gente sempre está fazendo uma confusão muito grande por fatos pequenos. Posso estar cometendo uma injustiça, mas eu não disse que é a imprensa inteira. Se eu

estiver cometendo uma injustiça, peço perdão desde já, mas muita gente também já cometeu injustiças comigo”.

Matéria publicada em 10/12/2003

Título: Entrevista: Ronaldinho

Site: <http://veja.abril.com.br>

Por Thaís Oyama

VEJA - Durante o tempo em que você esteve machucado, muita gente duvidou que voltaria a jogar. Isso o incomodou?

Ronaldo - Incomodar, incomodou. Mas era uma lesão que não tinha nenhum histórico, nenhum protocolo de recuperação a seguir, era tudo muito complicado. Tem coisas que as pessoas falam que eu não entendo por quê. Falam para machucar só uma pessoa, que é você.

VEJA - Por exemplo?

Ronaldo - Por exemplo, teve esse Noronha (Sérgio Noronha) que disse que eu era um ex-jogador. Até médicos famosos falaram muita besteira. Teve um, aquele Moisés Cohen, que disse que a minha recuperação era impossível e que, com muita sorte, eu voltaria a andar normalmente.

VEJA - O que você sentia quando ouvia comentários assim?

Ronaldo - Só me dava mais força. Não que eu treinasse para provar às pessoas que elas estavam erradas. Treinava por mim. Em uma pequena parte também paa mostrar a essas pessoas o que alguém determinado pode fazer quando gosta de alguma coisa.

VEJA - O tratamento foi doloroso?

Ronaldo - Tinha umas coisas que doíam muito. Logo depois que eu fui operado, não tinha nenhuma flexão no joelho – dobrava, no máximo, 30 graus. Um jogador, normalmente, tem de ter 115, 120 graus. Eu tinha de fazer exercícios de flexão e isso doía muito. Às vezes, fazia sozinho. Eles me botavam num aparelho que tinha um cabo: uma ponta ficava presa na minha perna e a outra dava a volta numa máquina e voltava para a minha mão. Eu mesmo puxava e aí era mais fácil, porque eu controlava a força. Mas quando era o Filé que dobrava eu chorava de dor.

VEJA - O Filé também foi muito criticado na época.

Ronaldo - É, muita gente falava: "Ah, o Filé, é amigo do Ronaldo, não vai dar certo". Pensavam: vai ter uma hora em que o Ronaldo vai pedir para ele parar e ele vai parar, vai ter um dia que o Ronaldo vai pedir para não treinar e ele vai deixar. E nada disso aconteceu.

VEJA - Mas vocês brigaram muito nesse período.

Ronaldo - Brigamos porque eu realmente pedia essas coisas. Só que ele não deixava. Só me dava o domingo livre.

VEJA - Qual a lembrança que você tem do dia em que você machucou o joelho pela segunda vez?

Ronaldo - Tem uma imagem que ficou na minha cabeça: eu no vestiário, todo mundo em volta e eu chorando para caramba. Não estava nem doendo. Eu chorava era de desespero, de medo do que ia acontecer comigo. Sabia que tinha acontecido alguma coisa muito grave.

VEJA - O que você pensava?

Ronaldo - Pensava o que eu tinha feito de errado, por que aquilo estava acontecendo comigo.

VEJA - Você não tem medo de machucar o joelho de novo?

Ronaldo - Nem lembro que tenho joelho. Uma coisa legal para caramba que aconteceu no ano passado foi um prêmio da Laureus, que é o da melhor recuperação de um atleta. Só competi com fera, só cara com lesão ferrada. E eu ganhei o prêmio. Na cerimônia de entrega, só tinha celebridade lá, eu até brinquei. Disse que era um prêmio que eu recebia com maior orgulho, mas que nunca ia querer ganhar de novo.

VEJA - Você volta para a Inter?

Ronaldo - Possibilidade de voltar tem, sempre tem. Mas, por enquanto, não aconteceu nada. Agora, vou dar uma dica: eu sou louco para aprender inglês.

VEJA - Mas você tem uma relação forte com a torcida italiana.

Ronaldo - Foi a torcida com que eu mais me identifiquei. A Inter é um clube que sofreu muito, que há muito tempo não tinha conquistas. Eu cheguei lá e já fiz a Copa da UEFA que foi uma alegria para eles.

VEJA - Qual a diferença entre a torcida italiana e a espanhola?

Ronaldo - Aqui, o costume dos espanhóis é mais assim: futebol é um espetáculo para assistir quietinho. Na Itália é mais como no Brasil: torcida organizada, gritando o tempo todo, apoiando. Na Espanha, a média de idade das pessoas que vão para o estádio é bem mais alta. E o Real Madri é um clube acostumado com muitas vitórias, muitos títulos. A geração antiga está acostumada com Di Stefano e esses caras. Então, é como no Brasil: os brasileiros mais velhos, quando falam do Pelé, sempre dizem: "ah, no tempo do Pelé era assim, era assado". No Real Madri é a mesma coisa: com trinta minutos do primeiro tempo, se está zero a zero, já começam a vaiar.

VEJA - Até que ponto a manifestação da torcida é importante para o desempenho do jogador?

Ronaldo - Todo mundo na sua profissão quer ter uma boa condição de trabalho. Para o jogador de futebol, não basta estar no Bernabéo, que é um estádio maravilhoso, com campo perfeito. Também é preciso ter uma torcida que apóia. No Bernabéo, poucas vezes um time recebe apoio da torcida se estiver perdendo de um a zero. O jeito de o espanhol estimular o jogador é metendo o pau nele.

VEJA - E a torcida brasileira? Como se comporta num jogo da Seleção?

Ronaldo - Também é legal. Mas depende do lugar onde você está jogando. Por exemplo, Rio e São Paulo são muito exigentes. Tem de dar vitória de 4 a zero. Nordeste é mais festa: "Ah, a seleção, orgulho nacional". E no Sul tem aquela coisa de proteger os jogadores deles mesmos. Se tem um jogador do Grêmio, do Inter, a torcida vai apoiar mais aquele jogador.

VEJA - Que separação é essa que mantém a conta conjunta?

Ronaldo - A gente se dá super bem, eu e a Milene. E tem a preocupação de educar o Ronald da melhor forma possível.

VEJA - Gosta dela?

Ronaldo - A Milene é especial e eu tenho um respeito enorme por ela. Gosto dela, sim, mas, como marido e mulher, não mais. Mas a gente está sempre junto e quer manter essa imagem de pai e mãe para o Ronald. Até o dia em que ele entender e a gente puder explicar tudo para ele direitinho.

VEJA - Seus pais também se separaram. Você sofreu com a separação?

Ronaldo - Não, achei até melhor, porque via tanto meu pai brigar com a minha mãe que, quando eles se separaram, ficou até melhor.

Matéria publicada em 23/03/2007 9h55

Título: Milésimo gol de Romário movimenta mídia

Site: <http://www.propmark.com.br>

Por Djenifer Berardi

Ídolo, segundo o dicionário Michaelis, do latim, idolu, estátua, figura, ou imagem que representa uma divindade e que é objeto de adoração. Objeto de grande amor, ou de extraordinário respeito, ou seja, Romário. Atualmente Romário é o homem-marketing do futebol brasileiro. Não se fala em outro assunto, que não o aguardado Gol mil do baixinho. Nenhum jogador, por mais habilidoso, em boa fase ou carismático, que seja ou esteja, possui o poder de Romário para atrair a mídia. Diariamente somos bombardeados de reportagens e mais reportagens sobre a expectativa do milésimo gol. Não questionando a veracidade da contagem do jogador, sua habilidade dentro de campo - que considero incontestavelmente extraordinária - ou sua vida pessoal. Analisando sob o aspecto do marketing, da imagem do atleta e do incrível fenômeno midiático. Romário sabe como ninguém atrair as lentes em sua direção. Mas qual a real importância da criação deste arquétipo? Qual o real valor de um ídolo da grandeza de Romário? Se fossemos calcular quantos minutos diariamente a imagem do atleta aparece em programas televisivos, daria uma verba de mídia equivalente, ou maior, aos grandes anunciantes da TV. Agregando a isso jornais, revistas e internet o valor se tornaria incomensurável. Ele conseguiu fazer com que um campeonato desacreditado, como o carioca, se tornasse uma atração.

O clube, que há muitos anos não estampa um patrocínio em sua camisa, ganha destaque internacional pela proximidade do feito. Já imaginou quanto um patrocinador ganharia em destaque somente colocando sua marca na camisa 11 de Romário? O ídolo no futebol, ou em qualquer outro esporte no Brasil, é

efêmero. Enquanto seus feitos são vistos, suas vitórias são contabilizadas, ele é valorizado. A partir do momento que surge outra promessa, aquele, que um dia foi o foco das atenções perde-se no esquecimento. Salvo raras exceções, perdemos grandes ídolos na poeira do tempo e não soubemos valorizá-los como mereciam. Por este motivo é louvável o posicionamento do baixinho em insistir na continuidade da carreira. Ele que foi o grande herói do tetra, merece um reconhecimento a altura de seus feitos. E é oportuna esta campanha em torno de sua contagem regressiva. É um exemplo para os que estão por vir. Para que aprendam a valorizar seu trabalho, se tornem um referencial, uma marca. Hoje, muito mais do que vascaínos, que torcem para o milésimo gol, já existe uma outra corrente de torcedores. Os torcedores do Gol Mil, os Romarienses, independentemente de brasões de clube, de torcidas organizadas, de cidade, estado ou país. A mobilização é geral, e tudo isso pelo poder do marketing pessoal. Romário é uma marca no futebol brasileiro. Nunca um jogador, que atua no país, foi tão valorizado dentro e fora dos gramados. E como uma marca pode-se visionar diversas ações referentes aos seus feitos, a imagem, explorar – de forma positiva – tudo que engloba o universo do atleta. Quantas atividades poderiam ser realizadas em cima deste inédito prodígio? Além das camisas, que o clube confeccionou em homenagem ao Gol Mil, seria oportuno aproveitar melhor a situação. Vender ingressos especiais para os próximos jogos com direito a conhecer o jogador, tirar fotos com ele, leiloar a bola do milésimo gol, criar produtos licenciados, produzir dvd's, documentários e álbuns de figurinhas, enfim, uma infinidade de ações de marketing, que se em qualquer outro país desenvolvido, já teriam sido criadas e colocadas em prática. Romário entendeu a importância do marketing para um jogador de futebol. Trabalha muito bem isso, e como ninguém lucra com sua imagem. Falta somente aos clubes entenderem a importância de um ídolo, a grandeza de cativar admiradores e atrair investimentos com isso. O baixinho deu o primeiro passo. Agora basta trilhar o caminho para a profissionalização do marketing pessoal das nossas estrelas.

Matéria publicada em 20/07/1994

Título: Romário, o salvador da pátria

Site: <http://veja.abril.com.br>

Nem nos tempos em que Pelé vestia a camisa 10 mais famoso do mundo, uma seleção brasileira de futebol dependeu tanto de um único par de chuteiras. As esperanças dos torcedores brasileiros estarão concentradas neste Domingo na figura magnética de Romário de Souza Fria. Movido por uma força instintiva raras vezes desencadeada com tanto furor nos campos de futebol, Romário marcou cinco gols decisivos, levando o Brasil à final da Copa do Mundo contra a Itália. Há 24 anos, a seleção brasileira não disputava o título, conquistado pela última vez diante da mesma Itália em 1970, no México, quando Romário tinha apenas 4 anos de idade e era um garoto sem horizonte, sobrevivendo com os pais pobres na favela carioca do Jacarezinho. Milionário aos 28 anos, arrogante, casca-grossa, mercurial, imprevisível, leal com os amigos, gélido com os desconhecidos, Romário vai carregar sua arte para o gramado do Rose Bowl, em Los Angeles. “Desde os 15 anos sonho em ser o herói de uma Copa do Mundo e ter sucesso onde outros grandes fracassaram, como Falcão, Sócrates e Zico”, disse Romário, na semana passada. “Quando a vitória vier, eu dedicarei ao povo brasileiro”.

Matéria publicada em 21/09/2004

Título: Pelé critica, imprensa rebate

Site: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br>

Por: Leticia Nunes em 21/9/2004

Na semana passada, Pelé fez declarações sobre a crise financeira do futebol, criticou parcerias de clubes com empresas e denunciou a prática de corrupção por parte dos cartolas do esporte. Foi alvejado pelos dirigentes dos clubes e recebeu até ameaça de processo judicial do polêmico Eurico Miranda, já que Pelé citou o explicitamente o caso do Vasco da Gama.

O Rei do futebol estava irritado com as constantes críticas feitas à lei que leva seu nome, promulgada quando o ex-jogador era ministro do Esporte do governo Fernando Collor de Mello. De acordo com o noticiário da *Folha de S. Paulo* (15/9), Pelé fez um mea-culpa durante uma entrevista em São Paulo e admitiu que a lei, de 1998, é "capenga". Mas acusou a desonestidade dos cartolas.

Um mês atrás, dirigentes do Flamengo e do Corinthians – dois dos maiores clubes do país – afirmaram que a Lei Pelé estaria destruindo o futebol brasileiro, pois contribuiria para a revoada de craques nacionais para times no exterior.

Cadê a grana?

Para Pelé, não há cabimento culpar a lei pela crise financeira dos times – os quais, segundo ele, já estavam falidos antes de a legislação entrar em vigor. O ex-jogador questionou o destino do dinheiro dos negócios feitos entre os clubes e grandes empresas, e culpou abertamente os dirigentes. "Os caras roubam os clubes, somem com o dinheiro e vêm pôr a culpa na lei", afirmou à *Folha*. Inspirado, o Rei soltou farpas até para os jogadores, a quem chamou de "burros" e desunidos por terem se livrado dos clubes para ficarem nas mãos dos empresários.

No frigir dos ovos, a imprensa publicou notas dando conta de que Pelé lucrou no passado com os "negócios" que agora critica. Segundo matéria de Fernando Mello (*Folha*, 16/9), Pelé participou, de alguma maneira, das transações feitas pelos clubes citados por ele, entre os quais Vasco e Flamengo. Foi sua agência de marketing que levou a empresa suíça ISL ao rubro-negro carioca. E foi com a TV PSN – braço de mídia da empresa parceira do Vasco, a PSM – que Pelé assinou um contrato milionário para comentar jogos.

O caso ganhou repercussão por que o principal personagem envolvido é nada menos que o atleta do século? Ou a imprensa faz um bom trabalho na cobertura das negociações dos clubes de futebol brasileiros? Em entrevista a este *Observatório*, o jornalista Juca Kfoury comentou o assunto.

A mídia contribui para a moralização dos negócios e relações que envolvem o esporte?

Juca Kfoury – A mídia tem sido fundamental para que se abra a caixa-preta do futebol no país. Foi motivada por denúncias na imprensa que se fez, por exemplo, a CPI da CBF. Há alguns veículos que se limitam a noticiar – a parte que vive promiscuamente com a cartolagem nem isso, é claro –, outros têm postura mais ativa. São freqüentes, por exemplo, até editoriais que discutem o tema e firmam posições.

Você acredita que a imprensa rebateu as declarações de Pelé apenas por ele ser uma figura importante e reconhecida mundialmente?

J.K. – Tudo o que ele diz, repercute. Mas seria injusto dizer que só repercute quando a denúncia parte dele. As críticas que recebeu têm fundamento por um lado e não têm por outro. O fato de ele ter intermediado investimentos em clubes de futebol não deve ser impedimento para que ele critique o destino dos investimentos; ao contrário, até lhe dá mais autoridade para criticar. Já o fato de ele ter se envolvido em intermediações com o Vasco de Eurico Miranda merece críticas, porque ninguém pode alegar desconhecimento em relação ao ex-deputado.

Por que a imprensa normalmente deixa passar as suspeitas de corrupção nas negociatas do futebol e na má gestão dos clubes?

J.K. – Ao contrário, reafirmo que boa parte da imprensa tem sido vigilante.

Matéria publicada em 11/11/2008 às 20:11

Título: Pelé x Ronaldinho, debate estéril

Site: <http://jornaldaimprensa.com/>

Por: Antonio Carlos Teixeira

A impressão que se tem é que alguns integrantes da mídia esportiva perderam os sentidos ao dar vazão a uma discussão estéril que tomou conta de programas esportivos, jornais e sites de notícias em tempo real. Nos últimos meses, parte da crônica brasileira começou uma campanha para destronar Pelé do título de maior jogador de futebol em todos os tempos. A maioria, claro, preocupada somente em elevar a venda de suas publicações, além da audiência de seus programas.

A revista Época cometeu o despropósito de abrir a edição de 15 de maio com a seguinte manchete de capa: "Ronaldinho, melhor que Pelé?". Observe-se que a revista não fez comparações entre os atletas. Já foi logo perguntando se Ronaldinho Gaúcho é melhor do que Pelé. Ou seja, para Época, o jogador do Barcelona já é Pelé. Aberração atrás de outra. Deu para perceber, lendo a fantasiosa matéria, que não houve sintonia entre repórter e editor. O primeiro, o verdadeiro "dono" da reportagem, escrevia uma coisa; o editor entendia outra. De propósito, claro.

Alguns jornalistas e ex-jogadores convidados pela revista para avaliar as qualidades de Pelé e Ronaldinho cometeram o despropósito de dar nota 10 a ambos no quesito "chute". Quando confrontaram a qualidade de ambos, certamente os analistas de Época levaram em conta apenas o chute com o pé direito. Pelé era tão eficiente neste quesito que não se sabia se ele era destro ou canhoto. Há, aliás, menção sobre esta qualidade no filme Pelé Eterno. Mais: a bola usada por Pelé não era impermeável. Em campo molhado, a pelota quase dobrava de peso. E mesmo assim saíam canhões, de ambos os pés.

Alguém se lembra de algum gol anotado por Ronaldinho com potente chute de pé esquerdo, daqueles que estufam as redes? E de cabeça, que mais parece um chute de Roberto Carlos? E por que a revista não incluiu no julgamento o quesito "fome de gols" ou mesmo "capacidade de escapar dos pontapés dos marcadores"? Não vou entrar em outras questões, como cabeceio, passes, arrancadas e dribles.

Pesquisas fajutas

O interessante é que o título utilizado por Época "Ronaldinho, melhor que Pelé?" foi sendo derrubado a cada parágrafo escrito pelo repórter Ivan Padilha. Um deles é o mais engraçado: o repórter fala em lances geniais, cita a habilidade do jogador com a bola nos treinos do Barcelona, mas faz um alerta ao leitor: a façanha de Ronaldinho, que num comercial acerta quatro vezes a trave sem deixar a bola cair no chão, é truque de imagens. Época usou essa mesma sutileza, agora em edição de texto, para dar ares de uma disputa acirrada entre o atleta de ontem e o de hoje.

Mas foi a TV Bandeirantes, que transmite as partidas do Campeonato Espanhol, onde joga Ronaldinho Gaúcho, que deu início a esse debate estéril. De olho no filão da propaganda, a emissora está tentando de todas as formas renovar patrocínios para a próxima temporada. Nada mais acertado, sob o ponto de vista do marketing, comparar o melhor jogador de futebol do momento com o maior em todos os tempos. Jornalistas experientes embarcaram nessa discussão, repito, inútil. Até Luciano do Valle engrossou a farra. A Band chegou ao cúmulo de colocar enquete no ar "se Ronaldinho Gaúcho já poderia ser comparado a Pelé". No programa Bem, Amigos!, apresentado por Galvão Bueno no Sportv, o papo também rolou solto na segunda-feira (15). O ex-jogador e comentarista Casagrande, que nunca fez tipo e jamais aceitou o "padrão Globo", foi um dos poucos que se rebelaram contra essas pesquisas fajutas e discussões inócuas. Quando chegou sua vez de "comparar" Ronaldinho a Pelé, Casão saiu-se com esta: "Pelé é incomparável. E não é por causa dos números extraordinários de Pelé. É que Pelé está bem acima de todos os outros jogadores espetaculares, como Maradona, o melhor que vi jogar".

Matéria publicada em 05/11/2008

Título: Imprensa argentina critica primeira convocação de Maradona

Site: <http://clicrbs.com.br>

Lista de convocados para amistoso contra a Escócia foi anunciada na terça-feira

Nem o status de Diego Maradona como maior ídolo do futebol argentino foi capaz de amenizar os ânimos da imprensa argentina após a primeira convocação do ex-jogador como técnico da seleção do país. Nesta quarta-feira, os principais jornais argentinos dispararam contra a lista apresentada por Maradona para o amistoso contra a Escócia, em 19 de novembro.

Os jornais Olé e La Nación foram os mais incisivos. O primeiro chegou a publicar na capa desta quarta-feira uma montagem em que Maradona e Carlos Bilardo, secretário-geral da seleção, aparecem com os rostos machucados.

– Assim não vamos ao Mundial – diz o título.

A reportagem do Olé é uma resposta às críticas feitas por Bilardo, que acusou a imprensa argentina de ser muito ofensiva, agressiva e impaciente. O jornal decidiu explicar detalhadamente por que contesta alguns nomes da primeira lista de convocados de Maradona e discorda da postura adotada por Bilardo. Chega a dizer que o agora secretário-geral não é mais o que foi um dia (ele comandou a seleção campeã da Copa do Mundo de 1986).

O diário diz que o time argentino cheira a naftalina, por causa dos muitos jogadores "experientes" convocados, como Heinze, de 30 anos, e Zanetti, de 34. E critica a ausência do volante Cambiasso, do Inter de Milão.

O La Nación adota postura mais suave, mas não deixa de criticar alguns pontos da convocação. Afirma que a lista de Maradona é quase uma cópia da do ex-técnico Alfio Basile.

Matéria publicada em 29/10/2008 às 10h38

Título: Diego Armando Maradona: títulos, drogas e polêmicas

Site: <http://globoesporte.globo.com>

A biografia do argentino Diego Armando Maradona acaba de ganhar um novo capítulo: ele será o novo técnico da seleção nacional. Mas isso não é, nem de longe, uma novidade de grande impacto em sua vida. Acostumado a polêmicas de todo o tipo (desde sua eterna disputa pelo posto de 'melhor jogador do mundo' com Pelé, até seu envolvimento com drogas), provavelmente El Diez (O Dez, apelido do craque em seu país) vai tirar de letra toda a pressão que seu novo cargo proporciona.

Experiência como técnico

Logo depois do fim da carreira, Maradona tentou começar uma vida nova como técnico de futebol, mas não foi longe. Em 94 mesmo, ele aceitou um convite para treinar o Deportivo Mandiyú, onde conseguiu apenas uma vitória em 12 jogos e

deixou o cargo por conta própria. O time seria rebaixado naquele ano. Em 95, foi treinador do Racing de Avellaneda, com o qual ganhou duas partidas, empatou seis e perdeu três.

Polêmica com Pelé

No ano de 2000, Maradona resolveu se internar em uma clínica de recuperação em Cuba ? ele é amigo pessoal de Fidel Castro - onde decidiu escrever sua autobiografia, "Yo soy el Diego". Ainda em 2000, foi eleito o melhor jogador do século em uma votação de internet promovida pela FIFA, o que o deixou muito feliz pois sempre gostou de dizer que fora melhor que Pelé ? que ganhou o prêmio de melhor do mundo de acordo com especialistas do mundo inteiro na mesma cerimônia.

Problemas com as drogas

Maradona começou a ter problemas com drogas no dia 4 de abril de 1991, quando foi flagrado no exame antidoping por uso de cocaína. Pelo Napoli, o craque argentino foi suspenso pela Federação Italiana por 15 meses e acabou deixando o clube.

Em maio de 1991, Maradona foi preso em Buenos Aires por porte de substâncias para uso pessoal após uma operação da polícia. O jogador pagou fiança e foi liberado. Mas, descontrolado, passou a dar tiros com uma espingarda de ar comprimido nos jornalistas que faziam plantão em frente de sua mansão. A Justiça argentina condena Maradona, em 1992, a fazer um tratamento de desintoxicação.

Em 1994, Maradona dava sinais de recuperação. Era o destaque da Argentina na primeira fase da Copa do Mundo, mas foi novamente flagrado no exame antidoping após a partida contra a Nigéria. Agora por uso de efedrina, substância proibida e que melhora a parte física do atleta. É suspenso pela Fifa por 15

meses.

Em agosto de 1996, Maradona se internou na clínica La Prairie, na Suíça, para tratar da dependência de cocaína. Em agosto de 1997, o exame de Maradona deu positivo após a partida do Boca Juniors contra o Argentinos Juniors. O jogador reclamava de irregularidades no processo e não recebeu punição. A substância encontrada no antidoping não foi revelada. Dois meses depois, o craque se despediu do futebol em um clássico contra o River Plate.

Fora de campo, Maradona sofreu com as drogas e chegou a ficar bem “fortinho”

Em março de 1998, Maradona se internou novamente em uma clínica de desintoxicação em Buenos Aires. Em maio de 2001, o ex-jogador foi aconselhado pelos médicos a fazer um tratamento de desintoxicação. Maradona resolveu se tratar em Havana, Cuba. Foram três anos que renderam uma amizade com Fidel Castro.

Em julho de 2004, Maradona foi internado em estado grave devido a complicações respiratórias causadas pelo uso de drogas e correu risco de morte, o que causou comoção na Argentina. Fãs dormiram em frente ao hospital. O ídolo passou três meses

em recuperação.

Em 2005, com 121 quilos e com pressão alta devido à obesidade, Maradona fez uma operação de redução de estômago. Em pouco tempo, o ex-jogador emagreceu cerca de

50 quilos.

Em 28 de março de 2007, ele sofreu uma recaída e foi internado com uma crise hepática causada por abuso de álcool. Foram 13 dias no hospital. No dia 13 de abril, dois dias após receber alta, Maradona é novamente internado com fortes dores abdominais.

Matéria publicada em 05/11/2008 9:32

Título: Magic Paula comenta a cobertura da mídia sobre o cenário esportivo no país

Site: <http://portalimprensa.uol.com.br>

Por Nathália Duarte

IMPRENSA - Como você avalia a situação do esporte no Brasil?

Magic Paula - Em alguns pontos acredito que o esporte tenha evoluído bastante, principalmente no que diz respeito à profissionalização dos atletas e, conseqüentemente, na melhoria dos treinamentos. Por outro lado, no quesito Gestão, estamos bem longe de ser uma potência esportiva mundial.

IMPRENSA - Você acredita que a cobertura jornalística esportiva no Brasil está muito relacionada aos eventos esportivos e peca por pouca profundidade e pautas repetitivas?

Magia Paula - Acredito que sim. O foco, no Brasil, para a grande imprensa ainda é o futebol. Falamos em outras modalidades somente em ano de Olimpíadas e Panamericano. Acho que tudo na vida é prática, portanto, não acompanhar as outras modalidades faz com que o desconhecimento persista na maioria da população.

IMPRENSA - Como você avalia a cobertura dos Jogos Panamericanos?

Magic Paula - Acho que a cobertura foi ótima para quem precisava desse retorno. Agora, não sei até que ponto essa boa cobertura vai mudar a vida dos atletas medalhistas. Mostramos uma transmissão de qualidade e uma bela divulgação, apesar de ainda muito pontual.

IMPRENSA - Você acredita que a cobertura tenha favorecido de alguma forma as obras para o Pan em detrimento do desempenho dos atletas e de programas de preparação a esse atleta?

Magic Paula - Acredito que sim. Falou-se mais nos espaços que estavam sendo construídos e em sua beleza. Poucos foram a fundo para saber qual foi o apoio recebido efetivamente pelos atletas para que eles pudessem trabalhar tranquilamente.

IMPRENSA - Você sofria, de alguma forma, com o assédio da imprensa, na época em que atuava nas quadras?

Magic Paula - Não, isso sempre foi algo natural e normal pra mim. Éramos assediadas nos jogos e treinos, mas fora isso não. Hoje é que se tem essa curiosidade de associar o atleta a uma celebridade, o que é um grande equívoco. Acredito que, hoje em dia, tudo seja marketing.

IMPRENSA - Como é hoje sua relação com a mídia?

Magic Paula - É uma relação boa, de muito respeito. Fui arredia na minha época de jogadora, e isso por pura inocência. Hoje sofro com alguns meios e repórteres por isso.

IMPRENSA - Você acha que a pressão da mídia pode afetar de alguma forma o desempenho dos atletas, para o bem ou para o mal?

Magic Paula - Esse é um processo por que todo mundo passa, principalmente se o atleta for consciente e disciplinado. Têm muitos atletas que não entendem muito a dimensão das coisas. Esses sofrem menos. Só mesmo a experiência vai fazendo com que os atletas percebam que essa pressão pode ser transformada em algo motivacional e não tratada como um peso.

5.0 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o crescimento do poder da mídia, os canais de comunicação em massa passaram a exercer uma influência enorme em todas as camadas de nossa sociedade. Essa influência aparece de forma explícita, mesmo que o objetivo principal da mídia seja transmitir informações ao seu espectador. Essa influência afeta atletas com diferentes estados e níveis de preparação psicológica. Alguns se beneficiam da pressão utilizando a mídia como um meio de estar mais presente nos bate-papos de nosso dia-a-dia, como Romário, por exemplo. Enquanto outros tendem a se abater e se chatear com as reportagens, afetando também seu desempenho dentro das quatro linhas, como o Ronaldo. Foi constatado que os fatores endógenos envolvidos são o mesmo em ambos o caso, tanto nos efeitos positivos da pressão, quanto nos negativos. A ansiedade e o stress agem de forma a tirar o indivíduo de sua homeostase, fazendo com que o atleta se encontre em um estado de stress positivo ou negativo, dependendo da maneira com que reagiu a tais informações. Porém, parece estar claro que os canais midiáticos influenciam o desempenho do atleta, seja por qual motivo for. Uma crítica, um elogio, uma matéria relacionada à vida pessoal do atleta. Qualquer evento desses pode desencadear alterações endógenas no indivíduo e afetar de maneira significativa uma performance esportiva.

Cabe aos atletas e equipes de alto rendimento prepararem seus atletas para que os mesmos estejam em condições de lidar com qualquer tipo de pressão advinda de meios externos, seja essa pressão exercida pela torcida, ou pelos canais de comunicação.

Outro fato que podemos atribuir a essa pressão, às vezes em demasia, é a falta de preparo dos repórteres. Por se tratar de uma modalidade bastante explorada pelos canais de comunicação, os repórteres e comentaristas deveriam ser mais preparados para repassar as informações para a massa popular.

Num âmbito geral mídia e atleta sempre serão interdependentes, por mais que os atletas sofram ou se alimentem das pressões midiáticas eles sempre dependeram da mídia para explorar a sua imagem no mercado globalizado. Já a

imprensa sempre dependerá do atleta, explorando-os, para alcançar os índices de audiência almejados.

Concluindo, por mais que os atletas de alto rendimento sintam essa relação da mídia em seu desempenho e a mídia sempre o explore, um sempre dependerá do outro. Já que um é o produto (atleta) que almeja ser vendido e valorizado e a outra sempre procurando produtos para atingir seus objetivos.

REFERÊNCIAS

BETTI, MAURO. **Esporte, entretenimento e mídias: implicações para uma política de esporte e lazer**. Impulso (Piracicaba), Piracicaba-SP, v. 16, n. 39, p. 83-89, 2005.

LAGUILLAUMIE, Pierre. **Para uma critica fundamental del deporti**, in "**Deporte, cultura y represion**", Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1978, pág. 20 e seguintes.

HELAL, Ronaldo: **Mídia e esporte. A construção de narrativas de idolatria no futebol brasileiro**. Belo Horizonte: Intercom, 2003

HUIZINGA, Joahan. **Homo Ludens**, Perspectivas, São Paulo, 1971, pág. 16.

FRISCHNECHT, P. **A influência da ansiedade no desempenho do atleta e do treinador**. *Treino Desportivo*. Lisboa: II série, n. 15, p.21-28, 1990.

MACHADO, A. A. **Psicologia do esporte: temas emergentes**. Jundiaí: Ápice, 1997.

PIRES, Giovani de L. **Cultura esportiva**. In: GONZÁLEZ, Fernando J.; FENSTERSEIFER, Paulo E. (orgs). *Dicionário crítico de Educação Física*. Ijuí: Ed. Unijuí, 2005.

KENSKI, Vani M. **O impacto das mídias e das novas tecnologias de comunicação na Educação Física**. V Simpósio Paulista de Educação Física. In: Revista Motriz. [s.l.:s.n.], vol. 1, n. 2, p. 129-133, dez. 1995.

LIPP, M. E. N. **Stress: conceitos básicos**. In: Lipp, M. E. N. (org.). *Pesquisas sobre stress no Brasil: saúde, ocupações e grupos de risco*. Campinas: Papirus, 1996. p.20

STEMME, F. **A Psicologia social do futebol**. Arquivos Brasileiros de Psicologia, v. 33, nº 1-2, 106-115, 1981.

NIDEFFER, R.M. **Psyched to win: How to master mental skills to improve your physical performance**. Champaign, Illinois: Human Kinetics Publishers, 1992.

PATMORE, A. **Sportmen under stress**. Londres: Stanley Paul, 1986.

BRUNORO, José Carlos. **Case Parmalat/Palmeiras**. In: **SEMINÁRIO INDESPR DE MARKETING ESPORTIVO**. Anais... Ouro preto, p. 81-99, 1995.

NUZMAN, Carlos Arthur. **A importância do marketing esportivo no esporte**. In: **SEMINÁRIO INDESP DE MARKETING ESPORTIVO**. Anais... Ouro Preto, p. 13-28, 1995a.

MANTA, Inaldo; TRADE, Ricardo Avelino; PITO, Mário dos Santos. **Avaliação e divulgação do voleibol feminino**. Revista Brasileira de Ciência e Movimento, São Paulo, v. 3, n.4, p11-15, 1989.

BETTI, MAURO. **Janela de Vidro**. Tese de Doutorado, Campinas, 1997.

Biografia dos atletas pesquisados. Disponível em:
<http://noticias.uol.com.br/pelenet>

Entrevista com Paula. Disponível em:
http://portalimprensa.uol.com.br/portal/entrevista_da_semana/2007/11/05/imprensa15188.shtml

Matéria sobre o atleta Ronaldo. Disponível em:
<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=384JDB008>

Matéria sobre o ex-atleta Maradona. Disponível em:
<http://globoesporte.globo.com/Eportes/Noticias/Futebol/0,,MUL840754-9842,00>

Matéria sobre o ex-atleta Pelé. Disponível em:
http://www.jornaldaimprensa.com/noticias.php?not_codigo=4997

Matéria sobre o ex-atleta Maradona. Disponível em:
<http://www.clicrbs.com.br/especiais/jsp/default.jsp?template=2095.dwt&newsID=a2282498.htm&tab=000053&order=datepublished&espid=69§ion=Not%EDcias&subTab=04823&colunista>

Matéria sobre o ex-atleta Pelé. Disponível em:
<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=295FDS001>

Matéria sobre o atleta Thiago Pereira. Disponível em:
<http://portal.rpc.com.br/gazetadopovo/esportes/conteudo.phtml?tl=1&id=794928&tit=Thiago-Pereira-busca-isolamento-para-fugir-da-pressao-da-midia-e-manter-o-foco-na-competicao>.

Matéria sobre o ex-atleta Romário. Disponível em:
http://veja.abril.com.br/arquivo_veja/capa_20071994.shtml

Matéria sobre o ex-atleta Romário. Disponível em:

<http://www.propmark.com.br/publique/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=37722&sid=8&tpl=printerview>

Entrevista com a atleta Ronaldo. Disponível em:

http://veja.abril.com.br/idade/exclusivo/101203/entrevista_ronaldinho.html

Matéria sobre o atleta Ronaldo. Disponível em:

<http://liverig.wordpress.com/2008/05/02/ronaldo-fenomeno-confinado-na-casa-da-mae/>

Matéria sobre o atleta Diego Hipólito. Disponível em:

<http://jbonline.terra.com.br/extra/2008/08/19/e190830102.asp>